

По кочану (т.е. безразлично), но в данном случае конструкция имеет прямое значение – в статье рассказывается, как выращивание капусты помогает выжить жителям башкирской деревни. Заголовок *Улетная рыбалка* (РГ, № 96) также не в полной мере соответствует теме и основной мысли статьи: в ней говорится об изобретении двумя простыми жителями кемеровской деревни лодки, которая способна летать над любой поверхностью и передвигаться по воде, льду и снегу. Главное в публикации – именно информация об этом необычном изобретении, а не о рыбалке. Двусмысленно звучит заголовок в РГ (№ 67) *Всех не пересаждает* – о Мишель Обаме, которая разбила грядки у Белого дома.

Двусмысленность может быть обусловлена неправильным порядком слов: *Трудные времена помогут пережить живность и огород* (АиФ, № 17).

Не вызывают положительных эмоций заголовки, включающие грубую, жаргонную, вульгарную лексику: *Вирус со свиным рылом* (РГ, № 77); *На ЕГЭ помогут «шпоры» и чудо* (Тр., № 72); *Лукашенко совсем «отвязался»* (АиФ, № 23) – употреблено недопустимое по отношению к президенту жаргонное слово. Использование подобных слов не свидетельствует о хорошем вкусе журналиста, а нам, читателям, все-таки хотелось бы видеть в газете нормальную, красивую русскую речь.

#### Литература

1. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. – М., 1983.
2. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи // В.Г. Костомаров. Изд. третье, испр. и доп. – СПб, 1999.
3. Тертычный А. Заголовок – слово главное / Журналист. – 2004. – № 1.
4. Шостак М. Сочиняем заголовки / М. Шостак // Журналист. – 1998. – № 3.

**В.К. Харченко (г. Белгород, Россия)**

### **ФИЛОЛОГИЯ И ЖУРНАЛИСТИКА: БРАК ПО РАСЧЕТУ?**

Известна мысль, что жизнь изменилась, тогда как методы управления обществом остались прежними, да и не управление это подчас, а всего лишь командование. Филология вместе с журналистикой выхо-

дит на проблему управления обществом через слово. Почему дает сбой, не приносит достойных результатов информационная революция, в каких отношениях находятся сейчас филологи и журналисты?

В прениях на научных конференциях, в свободных дискуссиях на защитах диссертаций в последнее десятилетие неоднократно приходилось слышать, что филология – враг журналистики, что филология не должна подменять журналистику, что журналистика на филологической основе – это нонсенс и пр. Хорошую журналистику при этом сравнивают с плохой филологией. Можно опрокинуть сравнение: хорошую филологию ставить в пример плохой журналистике. Рассмотрим, что конкретно просматривается за обвинениями и нежеланием содействия, сотрудничества, соарства двух замечательных отраслей гуманитарного знания.

С одной стороны, это все то, что в совокупности составляет образ «плохой филологии»: неясность излагаемого, нежелание и соответственно неумение говорить и писать умно и увлекательно, запленившая все и вся наукообразность, академизм стиля, увлечение заимствованными терминами при нежелании создать пусть всего только один выразительный, альтернативный термин на прозрачной, пластичной основе, отрыв от проблем «сегодняшнего слова», не изучение «сегодня» читаемого текста, наставничество, принимающее форму пуризма, при набирающем обороты попустительстве исказить некогда строго соблюдающиеся нормы в отношении лакмусовых для проверки уровня культуры слов: «договор», «кофе» и нек.др. От всего этого страдает и сама филология, и отношение к ней со стороны других наук.

Много десятилетий прошло с того времени, как В.Н. Столяровым были сказаны слова о том, что именно филологи должны стать мостом между другими науками, понятно и прозрачно рассказывая обществу о достижениях в самых различных областях знания. В настоящее время задача эта, если и решается, то отнюдь не филологами.

Где-то выше промелькнуло «с одной стороны», теперь, рассуждая о *брачующихся* (теперь рекомендуют ставить ударение на первом слоге!) филологии и журналистике, посмотрим на ситуацию с другой стороны, со стороны журналистики. «Плохая» журналистика складывается из таких компонентов, как интерес к негативу, изложение текущих событий первыми попавшими под руку средствами, подыгрывание ожиданиям читателя, интерес к сиюминутной реакции, к импровизации, когда собеседник, не успевая продумать ответ, говорит весьма баналь-

ные вещи, боязнь терминов (отпугнут читателя!), не боязнь бранных слов, допуск грубословия, скудость словаря метафор, цитат, пословиц, сверхирония, пронизывающая все и вся, страх перед патетикой.

Разумеется, мы отдаем себе отчет, что задачи у филологии и журналистики различны, чем и определяются так называемые недостатки, однако в сериях задач целесообразно найти место и такой задаче, как демонстрация богатств русского языка, демонстрация языкового позитива.

СМИ не становятся окнами в богатейший русский язык, и все большее распространение СМИ не может не сказываться и на подготовке будущего писателя. Об этом пишет Сергей Есин в дневниках, материалы которых целесообразно привлекать в защиту филологической платформы истинного журнализма.

*Затем в одиннадцать часов приехали гонцы из Краснодарского университета во главе с Канаикиным, и два часа я им объяснял, почему я не могу дать разрешение на открытие в Краснодаре специальности. Пошли в ход все те же аргументы «с соляным раствором», я объяснял им, что начинать надо со студентов, с их подбора, что не каждый желающий может стать писателем, что не каждого можно научить, что существует огромная разница между журналистом и писателем (Д. III, 598).*

В дневниках не единожды дается нелестная оценка так называемого журнализма, трактуемого как отказ «поколдовать» над словом, желание писать быстрее, в газету, пока новость еще тепленькая. То, что журналистика проигрывает без филологической компоненты, без специального внимания к языку изложения, очевидно. Но тиражи газет на порядок превосходят тиражи книг, а значит, газета в каком-то смысле формирует образ родного языка, образ, вынужденно упрощенный, обедненный, излишне прямой.

*[Об Академии российской словесности] ...А работы никакой нет. И это в то время, когда готовится реформа правописания, когда наш язык добывает телевидение, когда плохо говорят и учителя, и политики (Д III, 280). Читаю книжечку Ивана Панкеева о 30-летних. Написано жидковато, много журнализма, но сама информация нова и систематизирована. Обратил внимание на мысль, что критика – это текущая философия (Д I, 167). Ничего не понял в кинообзоре Игоря Манцева, но это, впрочем, обычная манера современной журналистики (Д III, 828).*

Тему журнализма как угрозы писательскому мастерству развивал

в своих дневниках Жюль Ренан. *«Прево сказал обо мне Марселю Буланже: ... К тому же его «Натянутые улыбки» очень плохи. Кончит журнализмом»* (6 января 1892 г.). Один из дневниковых афоризмов Жюль Ренана: *«Какой нужно иметь талант, чтобы писать в газетax!»* (27 октября 1893 г.).

Сергей Есин писатель пытается вскрыть секреты настоящей прозы, дефицит которой испытывают в том числе и средства массовой информации.

*В машине адвокат Евг. Сам. читал отрывок из воспоминаний Еропкиной о И.А. Крылове – про обед, который ему давала родня. Я еще раз поразился, как обстоятельно и не торопясь умели писать в прошлом веке. Полное отсутствие аффектации, без размышлений о стиле – только суть, только подробности, кажущиеся современному прозаику мелкими, из этого слагается благоуханная проза. Ценили свое, наблюденное, взволновавшее (Д. I, 16).*

Писать как живой журнал, но филологично, без плоскостных, ожидаемых оценок, с высвечиванием детали, писать о рядовом интересно – такое кредо вырабатывалось у автора по мере создания дневников.

Создать свой словарь – так можно сформулировать кредо и филолога, и журналиста, причем уникальный словарь, в котором найдут место не самые известные цитаты, пословицы, вышедшие из употребления, высказывания высокого штиля, метафоры и аутосуггестивные (подстегивающие или успокаивающие их «владельца»), и социосуггестивные, призванные корректировать ту или иную ситуацию в обществе. В этот лексикон могут входить и микротексты из семейных родословных (в научной библиотеке БелГУ мы приступаем к созданию архива семейных родословных), и фрагменты из разговорного дискурса, и, конечно же, выписки из книг, без чего невозможно самообразование.

СМИ закладывают унификацию речи, но СМИ могут и противостоять такой унификации, хотя первыми должны выступить именно филологи. Пафос всего сказанного можно выразить словами: за языковую форму изложения упрекают журналистов, тогда как вина лежит, скорее, на филологах-профессионалах, которые

а) практически не изучают языковой позитив, а его в современной разговорной речи немало, мы наблюдали это в ходе подготовки монографии *«Современная речь»* (М, 2006);

б) далее, филологи, если и публикуют материалы о русском языке,

то преимущественно этимологического характера (*почему мы так говорим*) или «предупредительного», рекомендательного, наставнического характера (*говорите правильно*) и не публикуют материалов по утраченным языковым богатствам, редким, почти забытым, или неизвестным, переводным, пословицам, красивым крылатым словам, удачным высказываниям региональных авторов;

в) далее, филологи не отмечают успехов современной прозы (например, не исследован писатель Борис Екимов – из признанных, отмеченных престижными премиями, но заслуживают внимания и «неизвестные» авторы: Дмитрий Шеваров, Андрей Тихолаз);

г) филологи не дают четкой оценки языковому негативу, а ведь эта оценка за специалистами: можно ли трактовать всего лишь как раскованность стиля отрывок из газеты с центральным пожеланием «*Плюньте ему в лицо!*»?; еще пример: авторитет писателя Михаила Веллера «потребовал» от профессионала-филолога усмотреть в обшеченной лексике необходимое средство повышения экспрессии текста;

д) филологи не выступают в защиту, поддержку высокого штиля, и актуальные понятия толерантности, порядка, дисциплины, уважительности остаются без тонкого и точного слова, оборота, метафоры, цитаты, то есть концепты будто есть, а лексикки, языковых форм для них недостает, такие раскопки сверхактуального тоже в ведении прикладной филологии;

д) наконец, как было уже сказано, филологи не создают для себя своего собственного уникального словаря с запасом интересных сравнений, паремий, крылатых слов.

Все это объясняется прежде всего высокими нагрузками по основной, преподавательской работе, которая, в отличие от чистого творчества, кормит, а главное, ситуация объясняется не сложившимися традициями более публичной миссии специалиста-филолога, страхом перед безбрежным океаном возможного при знакомой, привычной отваге завершить уже начатое (статью, доклад, монографию).

Таким образом, если ставить вопрос не по В.В. Маяковскому, как мы это делали в начале статьи («что такое хорошо и что такое плохо»), а с прицелом на то, каким образом увеличить объем хорошего в информативном пространстве общей нашей жизни и судьбы, то вместо взаимных обвинений высветится нечто иное. Такая, «на позитив», постановка вопроса потребует развития прикладной филологии, и, следовательно, расширения лично значимых задач филолога-профессионала.

«Коллектив не сделает – человек сделает!» – такие слова мы услышали от профессора Г.Ф. Ковалева на процедуре одной из защит. Записывать и давать вторую жизнь таким ауто- и социосуггестивным репликам, воздействующим и на «ego», и на социум, тоже задача специалиста, работающего со словом и над словом.

**В.В. Хорольский (г. Воронеж, Россия)**

## **ОНТОЛОГИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ**

Информационно-культурологический анализ медийных текстов с большой степенью объективности выявляет взаимосвязь языка современного публициста и постмодернистской игровой природы публицистического текста. При этом феноменология лексических новообразований толкает нас к анализу культурократического бытования неологизмов в современном дискурсе. Культурологический взгляд на проблему укрупняет объект привычного социокультурного анализа и акцентирует когнитивную (металингвистическую) функцию СМИ, их онтологию как носителей коллективной – культурной - памяти.

Современная публицистика изобилует лексическими новообразованиями, порожденными как научно-техническим прогрессом (например, «интернетизация» культуры привела к созданию лексики «виртуальной» реальности), так и вторжением в средства массовой информации постмодернистской ментальности, в которой преобладает игровое начало. Можно выделить три основных типа новой лексики в «социально-политических» текстах, наиболее типичных для современных газет: а) неологизмы, возникшие в результате расширения значения и семантического сдвига; б) неологизмы, восходящие к постмодернистской «игре» значениями, к аллюзии и «реминисцентной» логике смысловыражения; в) неологизмы- заимствования из других языков (или стилиевых сфер).

Продемонстрируем это на примерах.

I. Простейшим примером расширения семантической ауры слова может служить *block-buster*. В «Большом англо-русском словаре» под ред. И. Р. Гальперина это слово имеет два значения: 1) жарг.: «бомба большого калибра»; 2) кино: «дорогостоящий кинофильм». В